



INTISARI

Studi ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi bersaing produk “SPEEDY” yang diterapkan oleh manajemen PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk dalam persaingannya di layanan internet pita lebar (*broadband*). Hal ini dilakukan melalui identifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan, juga peluang dan ancaman bagi “SPEEDY” dalam persaingannya dalam layanan *broadband* di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif, dengan menganalisa lingkungan eksternal - PEST (Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi), *Driving Forces*, dan *Porter's Five Forces Analysis* – dan analisa lingkungan internal melalui analisis SWOT. *Key Success Factor* yang menjadi kunci sukses untuk memenangkan persaingan dalam layanan *broadband* diperoleh melalui rumusan analisa-analisa internal dan eksternal yang dilakukan.

Evaluasi strategi bersaing “SPEEDY” yang diterapkan oleh manajemen PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk dinilai masih cukup relevan dalam mempertahankan *sustainable growth* di industri layanan broadband di Indonesia. Tipologi yang dipilih oleh manajemen adalah *Broad Differentiation* dengan modifikasi *bundling product* dari produk-produk turunan dan produk yang berasal dari anak perusahaannya.

Kata kunci: *Porter's Five Forces, Driving Force, Key Success Factor, SWOT, Broadband Access, Internet.*



ABSTRACT

This paper aimed to evaluate the SPEEDY's competitive strategy adopted by the management of PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk in competition of broadband internet service. This paper identified strengths and weaknesses factors, as well as opportunities and threats for "SPEEDY" facing broadband services competition in Indonesia.

This research used qualitative descriptive methods by analyzing the external environment - PEST (Political, Economic, Social, and Technology), Driving Forces, and Porter's Five Forces Analysis - and internal environment through SWOT analysis. Through the formulation of both internal and external analysis Key Success Factor can be drawn. Key Success Factor is the key of success to win the competition in broadband services.

Evaluation of SPEEDY's competitive adopted by the management of PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk is considered relevant to maintain sustainable growth in broadband services industry. The management choosed Broad Differentiation typology as a competitive strategy for competing in broadband industry. This typology is modified by product bundling with SPEEDY's derivative products and products from its subsidiaries, such as, TV cable and cellular services.

Kata kunci: Porter's Five Forces, Driving Force, Key Success Factor, SWOT, Broadband Access, Internet.